

УДК 371.75 (043.2)

Рубанович А. О.,

Національний авіаційний університет, Київ

ОСВІТЯНСЬКО-ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Стаття присвячена питанням аналізу освітнянсько-виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі. Проведення такого аналізу дозволило дослідити інноваційну складову освітнянської виставкової діяльності, застосування нововведень на практиці, якісні показники у освітнянсько-виставковій діяльності на сьогодні.

Виставка – захід, пов'язаний з демонстрацією продукції, товарів і послуг, який сприяє просуванню їх на внутрішній та зовнішній ринок з урахуванням його кон'юнктури, створенню умов для проведення ділових переговорів з метою укладення договорів про постачання або протоколів про наміри, утворення спільних підприємств, отримання інвестицій.

Освітнянсько-наукові виставки зокрема є видом, головною метою яких є ознайомлення з новими тенденціями і програмами в галузях освіти та науки, впровадження методик та обговорення проблем і методів їх подолання.

На державному рівні організатором освітнянсько-наукових виставок є Міністерство освіти, науки, молоді та спорту України. З кожним роком коло гостей та учасників таких виставок збільшується і кількісно, і якісно, а значить – інтерес до таких виставок зростає, однак освітнянсько-виставкова діяльність залишається питанням, актуальним для вивчення і дослідження. Особливої уваги заслуговує інноваційна складову освітнянської виставкової діяльності, реалізація нововведень у практичній діяльності, характеристика якісних тенденцій у проведенні освітнянсько-наукових виставок в Україні протягом останніх десятиліть.

Об'єктом нашого дослідження є виставкова діяльність в Україні. Метою наукової статті є проаналізувати розвиток виставкової діяльності освітнянсько-наукової спрямованості, визначити позитивні тенденції. Реалізація мети передбачає виконання таких завдань: 1) обґрунтувати основні напрями виставкової діяльності в Україні; 2) описати специфіку інформаційного забезпечення освітнянсько-виставкової діяльності; 3) окреслити соціальні функції освітнянсько-наукових виставок.

За останні роки виставкова діяльність в Україні загалом і освітнянсько-виставкова зокрема набула сучасних розвинених форм, стала важливим чинником економічного та культурного розвит-

ку. Були започатковані виставки практично з усіх економічно та соціально важливих виставкових тематик, сформувалося коло професійних виставкових компаній. Сьогодні у кожній галузі національної економіки сформувалися одна-дві провідні виставки, визначилися провідні організатори. Можна констатувати, що етап формування виставково-ярмаркової галузі загалом завершився.

Інформація є ключовим поняттям сучасного життя. Тому природно, що виставки, як важливий та багатогранний інструмент, мають значний інформаційний аспект. Існують такі його виміри:

1. Економічна інформація.

Виставки є «миттєвим кадром» відповідної галузі, і не лише з точки зору пропозиції (учасників), а й з точки зору попиту (відвідувачів). Тому підприємства-учасники, дослідницькі організації, органи державної влади і місцевого самоврядування, економічні й ділові засоби масової інформації збирають на виставці інформацію про попит і пропозицію, стан і тенденції розвитку ринку.

2. Науково-технічна інформація. Виставка служить місцем обміну інформацією про новітні науково-технічні розробки, інновації – між учасниками виставки, між учасниками і відвідувачами, між учасниками та професійними засобами масової інформації тощо. Для підсилення цього обміну на виставках організовуються конференції, семінари тощо.

3. Споживча інформація. Споживачі шукають на виставках інформацію про товари і послуги для того, щоб зробити виважений вибір.

Крім того, міжнародні виставки часто несуть великі обсяги культурної інформації тощо.

Виставка є комплексним каналом комунікацій: з одного боку, вона є каналом маркетингових, міжособових, масових соціальних та інших типів комунікацій, з другого – виставка демонструє симбіоз найрізноманітніших видів каналів комунікацій: візуальний, вербальний, перформансний (тобто повідомлення, розміщене у просторі

і часі – як театральна вистава). Як підкреслюють практики виставкової діяльності, виставка «вмикає» сприйняття всіма органами чуття людини.

Значну роль у освітянсько-виставковій діяльності відіграє інформаційно-рекламне забезпечення. Проведення виставок постійно супроводжується виданням інформаційно-рекламних довідників про учасників виставкового ринку України.

Важливим моментом співпраці організаторів з пресою є прес-конференції, які проводять до, на початку і після закінчення роботи виставки. Прес-конференція уможливорює експонентам безпосередній контакт із представниками засобів масової інформації й донесення відповідної інформації до широких верств суспільства. Можна також використати такі форми спілкування, як інтерв'ю в період роботи і лаконічний огляд діяльності установи, організації з окресленням їхніх цілей.

Оскільки зараз Інтернет є доступним практично для будь-якої людини, то можна констатувати той факт, що Інтернет став окремою, дуже важливою ланкою і для проведення освітянсько-наукових виставок.

До потенційних переваг використання Інтернету у виставковій діяльності можна віднести такі:

- широкі можливості використання реклами (банери, різноманітні розсилки, реєстрації у пошукових каталогах, рекламні сторінки у виставкових каталогах та тощо);
- постійний інформаційний обмін між фірмами-учасниками та організаторами, що дає змогу бути постійно в курсі останніх подій та змін;
- пошук необхідної інформації, партнерів, клієнтів;
- економія на рекламних матеріалах (використання Інтернет-реклами, яка часто є набагато ефективнішою, ніж візуальна реклама), а також економія на послугах комунікації з партнерами / учасниками.

Учасниками виставкового простору є індивідуальні джерела даних: вони можуть бути реляційними базами даних, репозиторіями XML, текстовими базами даних, Web-сервісами і пакетами програмного забезпечення. Вони можуть зберігатися або бути потоками даних (локально керованими системами потоків даних), або навіть сенсорними установками. Новизна полягає у впровадженні формального опису простору даних та окресленні його основних завдань. Подальші дослідження стосуватимуться формалізації методів інтеграції даних та пошуку неструктурованих, напівструктурованих та строго структурованих даних.

Науково-освітній аспект виставкової діяльності має такі якісні характеристики:

1. Використання виставок як інструменту науково-освітньої роботи у різних сферах: економічні та соціологічні дослідження на виставках; семінари, практичні заняття та стажування на виставках для студентів тощо.

2. Науково-освітнє забезпечення виставкової діяльності: дослідження виставкової індустрії, підготовка, перепідготовка і підвищення кваліфікації кадрів для виставкової індустрії.

Надзвичайно важлива складова освітнього аспекту виставкової діяльності – навчання і підвищення кваліфікації учасників виставок (точніше, персоналу, відповідального за маркетинг, рекламу, продаж). Необхідність цього обумовлена тим, що виставки потребують більше спеціальних знань, ніж інші інструменти маркетингу. Тобто ключова проблема ефективності участі у виставках – нестача знань і навичок. Учасник виставки, що має недостатньо знань і навичок, отримає значно нижчий від очікуваного результат від виставки і залишиться незадоволеним, наступного року він може відмовитися від участі у виставці чи скоротити обсяги замовлення.

Соціальний вплив виставок менш помітний, але насправді він пронизує всі сфери життя. Цей вплив практично зовсім не вивчений, тому ми дамо лише загальну характеристику соціальних функцій освітянсько-наукових виставок:

1. Оскільки основною рисою освітянсько-наукових виставок є особисте спілкування людей, то виставки слугують важливим місцем спілкування бізнесових, професійних, регіональних співтовариств чи груп за інтересами. Буває так, що виставка є чи не єдиним таким місцем зустрічі.

2. Виставка – це потужний інструмент розповсюдження знань про нові досягнення науки і технології. Особливо важливо у цьому сенсі підкреслити ту роль, яку мали перші Всесвітні виставки. І сьогодні освітянсько-наукові виставки слугують джерелом обміну ідеями, інформацією, досвідом між людьми.

3. Освітянсько-наукові виставки надають можливість особисто спробувати зміни, які відбуваються у світі (технічні новинки є лише одним із випадків таких змін), у безпечному середовищі, перш ніж використовувати їх у своїй діяльності. Отже, виставка відіграє важливу роль у підтриманні соціально-психологічної захищеності людей у період змін.

4. Виставка освітянсько-наукового спрямування виконує функцію як формування чи підтримки певного настрою у суспільстві, так і оці-

нювання настрою. Коли в пострадянських країнах почали впроваджуватися елементи ринкової економіки, виставки відіграли важливу роль як символу, так і індикатора цих реформ.

Основні завдання політики держави у сфері виставкової діяльності загалом і освітянсько-виставкової зокрема полягають у наступному:

- максимальне використання виставкової діяльності для просування вітчизняних товарів і послуг на іноземні ринки збуту, для підтримання позитивного міжнародного іміджу країни, а також розвитку внутрішнього ринку, залучення інвестицій і технологій;

- розвиток правових засад здійснення виставкової діяльності, державних стандартів у цій сфері;

- використання державних засобів масової інформації для пропаганди виставкової діяльності як інструмента розвитку внутрішнього ринку та розширення експорту;

- кадрова та освітня підтримка виставкової діяльності.

В Україні існує необхідність удосконалення нормативно-правової бази у сфері виставково-ярмаркової діяльності як шляхом внесення відповідних змін і доповнень у чинні акти, так і за допомогою розробки і прийняття нових документів правового характеру.

Міністерства і відомства за участю галузевих центрів сприяють розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні шляхом забезпечення зацікавленості підприємств щодо їхньої участі в тематичних виставках і ярмарках.

Будь-яка галузь економіки потребує свого інформаційного забезпечення, але освітянсько-виставкова індустрія, через вже відзначену нами велику кількість зв'язків з іншими галузями і сферами життя, потребує його надзвичайно. Під інформаційним забезпеченням ми розуміємо сукупність інформаційних засобів, які забезпечують збір, обробку і поширення інформації про виставкову діяльність. Такими засобами є:

- періодична преса (журнали, газети);
- веб-сайти;
- довідники.

У період підготовки до виставки зазда-легідь виготовляють комунікативні матеріали, призначені для підтримки рекламних заходів під час роботи виставки. Після закінчення виставки проводиться аналіз документації за укладеними угодами, контактами і отриманою інформацією.

Найбільшими професійними видавництвами, які забезпечують збір і поширення інформації

щодо виставкової діяльності у світі, є Reed Business Information (США), "m+a" (Німеччина), Mash Media (Велика Британія). Здебільшого ці видавництва поєднують видання періодики і довідників із підтримкою відповідних веб-сайтів. Російськими лідерами інформаційного забезпечення виставкової діяльності є ресурси www.exponet.ru та www.allexpo.ru. В Україні піонером інформаційного забезпечення виставкової діяльності є відомий ентузіаст та фахівець В.Б.Шаїнський (www.expo-geniю.kiev.ua), а провідний інформаційний ресурс в Україні сьогодні – це ExpoPromoGroup (www.expo.ua.com). У світі існує велика кількість періодичних видань, довідників і веб-сайтів, присвячених виставковій діяльності.

Існують проблеми, що виникають під час роботи з розрізненими джерелами з використанням сховищ даних та баз даних. На даному етапі в освітньо-науковій діяльності уведено модель простору даних як засобу інтеграції та опрацювання даних з розрізнених джерел.

Значну роль в освітянсько-науковій виставковій діяльності починає відігравати інформаційно-рекламне забезпечення. Проводиться підготовка та видання інформаційно-рекламного довідника про учасників виставкового ринку України.

Наприклад, одним із кроків розвитку освітянсько-виставкової діяльності є Тринадцята міжнародна виставка навчальних закладів "Сучасна освіта в Україні – 2010", організаторами якої виступили Міністерство освіти і науки України, Національна академія педагогічних наук, Київська торгово-промислова палата та виставкова фірма "КАРШЕ". На виставці були задіяні сучасні технології, нові методи обробки і подання інформації, а також помітно, порівняно з минулими роками, систематизовано інформаційні пакети та документаційне забезпечення загалом.

Розроблена програма діяльності Виставкової федерації України (ВФУ) на 2011–2012 рр., (далі – Програма), підготовлена на основі Статуту ВФУ, Основних напрямів діяльності ВФУ, прийнятих 1-м З'їздом ВФУ, рішень 2–9-го З'їздів ВФУ, резолюцій 1–7-ої науково-практичних конференцій, проведених в 2000–2009 рр. та Програми діяльності ВФУ на 2009–2010 рр.

Програма спрямована на вирішення завдань, поставлених перед учасниками вітчизняного виставкового ринку Концепцією з виставково-ярмаркової діяльності в Україні, на підвищення ролі ВФУ у розвитку вітчизняної виставкової ді-

альності, відповідає вимогам чинних нормативно-правових актів, передбачає взаємодію українського виставкового руху з міжнародним і враховує актуальні потреби вітчизняної виставкової сфери.

Основними завданнями ВФУ на найближчий період вважається сприяння:

- координації виставкової діяльності в Україні;
- підвищенню професійного рівня виставкової діяльності;
- інтеграції освіти, науки та практики на вітчизняному виставковому ринку

Основними напрямками діяльності Виставкової федерації України на сьогодні є:

1. Управління та розвиток.

Встановлення, підтримка та розвиток співробітництва з владними структурами – учасниками вітчизняного виставкового ринку з метою вирішення актуальних проблем виставкової індустрії України загалом та освітянсько-виставкової діяльності зокрема. Розробка, впровадження, моніторинг та вдосконалення заходів, спрямованих на координацію виставкової діяльності в Україні, підвищення професійного рівня виставкової діяльності, інтеграції освіти, науки та практики на вітчизняному виставковому ринку.

2. Нормативно-правове забезпечення виставкової діяльності освітньо-наукового спрямування.

3. Підготовка та підвищення кваліфікації кадрів з виставкової справи. Останнім часом на освітянсько-наукових виставках відчувається гостра потреба у кваліфікованих кадрах, зокрема менеджерах, а також вимоги ринку праці щодо особливо високого рівня підготовки фахівців, а отже, і до удосконалювання системи освіти шляхом забезпечення стандартних вимог до змісту, обсягу та якості спеціальної вищої освіти.

4. Інформаційно-рекламне забезпечення.

Підготовка та видання інформаційно-рекламного довідника про учасників виставкового ринку України. Постійна участь у розробці та реалізації заходів, спрямованих на державну підтримку інформаційного забезпечення освітянсько-виставкової діяльності. Щорічне проведення

освітянських форумів на високому організаційному та науковому рівні є надзвичайно важливим та сприяє обміну досвідом провідних вітчизняних й іноземних науковців, впровадженню інноваційних методів навчання, найсучасніших педагогічних технологій та інформатизації освітянської галузі.

Розповсюдження серед членів ВФУ інформації про передовий досвід здійснення виставкової діяльності, про виставкові заходи, події, новини.

Розробка та впровадження нових інтернет-проектів ВФУ, розвиток сайту WWW.EXPO.ORG.UA. Створення при ВФУ прес-клубу «Виставка». Чітка координація співробітництва із ЗМІ. Сприяння реалізації проектів, спрямованих на підвищення іміджу ВФУ.

5. Міжнародне співробітництво.

6. Активізація освітянсько-наукової виставкової діяльності на регіональному рівні.

Отже, освітянсько-наукова виставкова діяльність на початку XXI століття демонструє значне оновлення різних своїх складників: реалізація державних проектів у освітянсько-науковій виставковій галузі, розширення інформаційного забезпечення виставкової діяльності, удосконалення її правової бази, навчання і підвищення кваліфікації учасників виставок. Ці зміни викликані певними чинниками, серед яких важливу роль відіграють змінені й адаптовані до сучасних умов соціальні функції освітянсько-наукових виставок, основні завдання політики української держави у сфері виставкової діяльності та основні напрями діяльності Виставкової федерації України. Освітянсько-наукова виставкова діяльність покликана узагальнити і всебічно представити широкий громадськості, педагогам, фахівцям, науковцям, органам державної влади і управління досвід інноваційної діяльності, здобутки, визначити і обговорити пріоритетні проблеми подальшого удосконалення навчального процесу.

*Науковий керівник – Личук М.І.,
канд. філол. наук, доц.*